

ACTUALIDAD JURÍDICA IBEROAMERICANA

Revista semestral del Instituto de Derecho Iberoamericano
Número 3, agosto de 2015



Revista de Actualidad Jurídica Iberoamericana
Edita: Instituto de Derecho Iberoamericano
Calle Luis García Berlanga, núm. 7, 1-15
Valencia, España. 46023.

Correo Electrónico:

info@idibe.com

Dirección web:

www.idibe.com

Director General:

José Ramón de Verda y Beamonte

j.ramon.de-verda@uv.es

ISSN 2386-4567

© Derechos Reservados de los Autores

LA LEY VALENCIANA DE MECENAZGO:
PRIMERA APROXIMACIÓN

THE VALENCIAN PATRONAGE ACT: FIRST
APPROACH

Actualidad Jurídica Iberoamericana, núm. 3, agosto 2015, pp. 661-668.

Fecha entrega: 12/05/2015
Fecha aceptación: 01/06/2015

Dr. JAVIER BARCELÓ DOMÉNECH
Profesor Titular de Derecho Civil
Universidad de Alicante
j.barcelo@es

RESUMEN: En este trabajo se realiza una primera aproximación a la reciente regulación valenciana del mecenazgo contenida en la Ley 9/2014, de 29 de diciembre.

PALABRAS CLAVE: mecenazgo, patrocinio.

ABSTRACT: The purpose of this paper is to make a first approach to the recent Valencian regulation of the patronage contained in the Law 9/2014, 29th December.

KEY WORDS: patronage, sponsorship

SUMARIO: 1. Patrocinio y mecenazgo: problemas de distinción.- 2. Una ley pionera en el panorama jurídico español: la Ley 9/2014, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de impulso a la actividad y del mecenazgo cultural en la Comunitat Valenciana.- 3. Estructura de la ley.- 4. Disposiciones generales.- 5.- El derecho al acceso de la cultura.- 6.- La obligación de promover las actividades culturales.- 7. Las acciones de mecenazgo.- 8. Los incentivos fiscales.

1. Patrocinio y mecenazgo son actividades en auge en los últimos años, entre otras razones por la creciente responsabilidad social de la empresa y las dificultades presupuestarias del sector público.

El patrocinio (básicamente deportivo) se basa en un contrato oneroso que tiene prestaciones recíprocas y busca proyectar la imagen comercial, moviéndose en la esfera de la publicidad (de hecho, el art. 24 de la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, general de publicidad, lo regula como contrato de patrocinio publicitario).

El mecenazgo presenta mayor complicación en su caracterización: aporta de forma gratuita financiación o bienes para promover o proteger determinadas actividades relacionadas la cultura, sin ninguna finalidad comercial, aunque esto último no es obstáculo para que exista un retorno o contrapartida a favor del mecenas en la esfera de las relaciones públicas (prestigio, notoriedad, etc.).

No resulta, en cualquier caso, fácil la distinción y existe una confusión latente de los dos conceptos (así, concretamente, la discusión en torno al «falso altruismo» de determinadas actuaciones de mecenazgo).

El mecenazgo puede ser considerado, en una primera aproximación, como una donación. Sin embargo, es algo más que una simple donación. La acción espontánea de donar finaliza con la propia donación y no tiene otros objetivos que responder a una situación concreta; el mecenazgo, en cambio, crea un compromiso en el tiempo y permite repetir la misma acción de manera continuada [sobre esta caracterización, PALENCIA-LEFLER ORS, M.: *Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa*, *Análisi* (2007), núm. 35, p. 158].

2. El pasado 31 de diciembre de 2014 publicaba el *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana* la Ley 9/2014, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de impulso a la actividad y del mecenazgo cultural en la Comunitat Valenciana, que entró en vigor el 1 de enero de 2015.

La nueva ley, calificada como pionera desde el Ejecutivo autonómico, tiene como objeto “favorecer y facilitar el desarrollo de industrias culturales, la creatividad cultural individual y colectiva y la práctica deportiva de los ciudadanos mediante el apoyo económico y organizativo del resto de la sociedad, así como promover el mecenazgo en el ámbito cultural, incluyendo el científico y el deportivo no profesional de la Comunitat Valenciana” (art. 1).

La ley responde a una doble necesidad: por un lado, favorecer y facilitar el crecimiento de la industria y la creatividad cultural; por otro, definir un modelo de mecenazgo cultural, científico y deportivo (queda fuera de esta ley el llamado “mecenazgo social”) en la Comunitat Valenciana, dentro del marco legal estatal y en desarrollo de competencias propias.

El marco legal estatal, constituido por una legislación fiscal reguladora de los beneficios del mecenazgo (Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo) y por las Fundaciones que llevan a cabo acciones de mecenazgo (Ley 50/2002, de 23 de diciembre, de Fundaciones), necesita ser complementado, con una serie de medidas que favorezcan las aportaciones económicas para fines de interés general y un nuevo modelo de mecenazgo que aproveche todo el potencial de esta institución y de su importante función social. El objetivo de la Ley 29/2014, en palabras del Preámbulo, es el “generar una auténtica cultura de mecenazgo que sea capaz de implicar activamente a toda la ciudadanía en la sostenibilidad económica y desarrollo de la actividad cultural, científica y deportiva, ya que el sistema debe hacer compatibles las grandes acciones de mecenazgo cultural con el hecho de que cualquier persona física pueda colaborar directamente en acciones de mecenazgo a través de pequeñas aportaciones (micromecenazgo), lo que permite a todos ser partícipes en la promoción de la cultura, la ciencia y el deporte y desarrollar una gran labor social”.

La ley se dicta al amparo de las competencias exclusivas asumidas por la Generalitat en el art. 49.1.4ª (cultura), 49.1.5ª (patrimonio histórico, artístico, monumental, arquitectónico, arqueológico y científico, sin perjuicio de lo que dispone el número 28 del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución) y 49.1.7ª (investigación, academias cuyo ámbito principal de actuación sea la Comunitat Valenciana, de fomento y desarrollo de la I+D+I, todo ello sin

perjuicio de lo que dispone el número 15 del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución) del Estatuto de Autonomía.

3. La ley se estructura en cuatro títulos (el segundo de los cuales contiene dos capítulos), treinta y dos artículos, una disposición derogatoria y dos disposiciones finales. Siguiendo este orden, procedemos a describir el contenido de la ley.

4. El título I contiene las disposiciones generales (arts. 1 a 5). Se establece el objeto de la ley; se definen los diferentes conceptos (mecenazgo cultural, acciones de micromecenazgo, mecenas, gran mecenas); se fijan las actuaciones que constituyen el compromiso institucional de la Generalitat con el mecenazgo (entre ellas, la elaboración de un Plan de Mecenazgo Cultural) y con las asociaciones y fundaciones privadas de interés cultural, científico o deportivo; y se enuncia el principio de tratamiento fiscal adecuado del mecenazgo.

5. El título II contiene dos capítulos. El primero de ellos declara el derecho de acceso a la cultura (art. 6), especialmente a la cultura valenciana (considerándose por los arts. 7 y 8 prioritaria su difusión en Internet y otros medios de comunicación), así como los principios de legalidad y protección de los derechos sobre las creaciones intelectuales, que se concretan en medidas tales como la promoción de sistemas de acceso libre (*open access*) y software libre (*free software*) [art. 10], la difusión de obras intelectuales de autores y creadores valencianos que han pasado al dominio público y la utilización de obras huérfanas por bibliotecas, museos y centros de enseñanza de conformidad con el derecho estatal y comunitario (art. 11). También hay una norma específica (art. 12) dedicada al acceso y utilización de creaciones intelectuales por personas con discapacidad. Además del acceso y difusión de la cultura, el conjunto de medidas del capítulo I del título II pretende concienciar sobre la protección de la propiedad intelectual e industrial y la lucha contra la piratería.

6. El segundo capítulo del título II está dedicado a la promoción de las creaciones intelectuales de la Comunitat Valenciana por parte de la Generalitat; los preceptos, redactados como mandatos imperativos, obligan a promover el libro y el sector editorial valenciano (art. 13), las obras e interpretaciones musicales valencianas (art. 14), las obras teatrales y de representación escénica valenciana (art. 15), las artes visuales (art. 16) y las obras cinematográficas y audiovisuales valencianas (art. 17). Se establece

también la especial protección de artistas, intérpretes y ejecutantes valencianos (art. 19) y se autoriza a la consellería competente para que establezca acuerdos y convenios de cooperación tanto con bancos y entidades de crédito como con asociaciones y fundaciones de interés cultural para la financiación de diversas actividades vinculadas al cine y al audiovisual valenciano (art. 18). Cierra este capítulo una norma, el art. 20, dedicada a promover la recuperación del patrimonio cultural e histórico, material e inmaterial, de la Comunitat Valenciana.

7. El título III da inicio a la parte que la ley dedica al mecenazgo cultural, definido por el art. 2.1 como “toda contribución privada que tenga por finalidad promover o desarrollar cualquier actividad, patrimonio o infraestructural cultural, científica o deportiva”. Como puede verse, el mecenazgo se proyecta en numerosos ámbitos de actuación.

Los arts. 21 a 26 contienen disposiciones de signo variado, pero que tienen como denominador común crear un marco que favorezca la promoción y desarrollo del mecenazgo cultural, dejando para el título IV las disposiciones de naturaleza fiscal.

Las acciones de mecenazgo pueden tener origen en la iniciativa privada (art. 22) o bien en la acción de la Generalitat (art. 23). En este segundo caso, la Generalitat elabora anualmente, a través de la consellería competente en materia de cultura, el Plan de Mecenazgo Cultural de la Generalitat, cuya financiación se realiza mediante aportaciones privadas, incluido el micromecenazgo (también conocido como *crowdfunding*, y cuya definición legal está en el art. 2.2: “aquellas actuaciones de iniciativa pública o privada, ya sea a través de Internet o por otros medios, en las que se solicita de un elevado número de personas actos de liberalidad consistentes en aportaciones económicas para cubrir el coste básico de una actividad de naturaleza cultural, científica o deportiva”); la gestión de este Plan está encomendada a la Oficina de Mecenazgo Cultural (sobre la composición y funciones de esta Oficina, pendiente de desarrollo reglamentario y de entrar en funcionamiento, hay datos dispersos en los arts. 21, 22 y 23).

Una figura de nueva creación es la del gran mecenas, remitiendo su estatuto a un posterior desarrollo reglamentario. Se prevén acciones de publicidad (art. 24) y de reconocimiento social (art. 25). El gran mecenas es definido por el art. 2.4 como «persona física o jurídica que, de forma destacada, impulsa la actividad cultural o las actuaciones incluidas en el Plan de mecenazgo cultural de la Generalitat u otras acciones destacadas de mecenazgo cultural, científico o deportivo de administraciones públicas valencianas o de

organismos e instituciones dependientes y de las universidades, centros de investigación o centros superiores de enseñanzas artísticas de la Comunitat Valenciana». La referencia que aquí hemos hecho al “gran mecenas” obliga a distinguirlo de la figura del “mecenas”, que el art. 2.3 conceptúa como “la persona física o jurídica que realiza una contribución privada, principalmente dineraria, en favor de una actividad, patrimonio o infraestructura cultural, científica y deportiva”.

De particular interés para el Derecho civil resulta la declaración de fomentar, desde los poderes públicos, los actos de disposición testamentaria en favor de acciones del Plan General de Mecenazgo Cultural y del mecenazgo en general (art. 27), y el hecho de destinar un tercio del caudal de la herencia a actuaciones del Plan de Mecenazgo Cultural cuando se produzca una sucesión intestada a favor de la Generalitat (art. 26).

8. El título IV contiene una extensa regulación (arts. 28 a 32) de medidas de orden fiscal, dirigidas al impulso de las actividades de mecenazgo y que, aunque no lo diga la ley, pretenden, al mismo tiempo, neutralizar los efectos negativos que ha tenido la subida del llamado “IVA cultural”. Se establecen deducciones en la cuota autonómica del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por donaciones de carácter cultural, se regula la reducción de la base imponible del Impuesto de Sucesiones y Donaciones en los supuestos de transmisiones mortis causa y de adquisiciones inter vivos, y se dictan los requisitos de las entregas de importes dinerarios para la aplicación de los beneficios fiscales que se recogen en esta ley. Es evidente que los incentivos fiscales juegan un papel importante en la decisión de donar.

